



## QuestMobile2020年微信小程序半年报告

---

2020-8-25

# 01

---

小程序平台能力升级  
加速商业化进程

## 近年来小程序发展演变进程

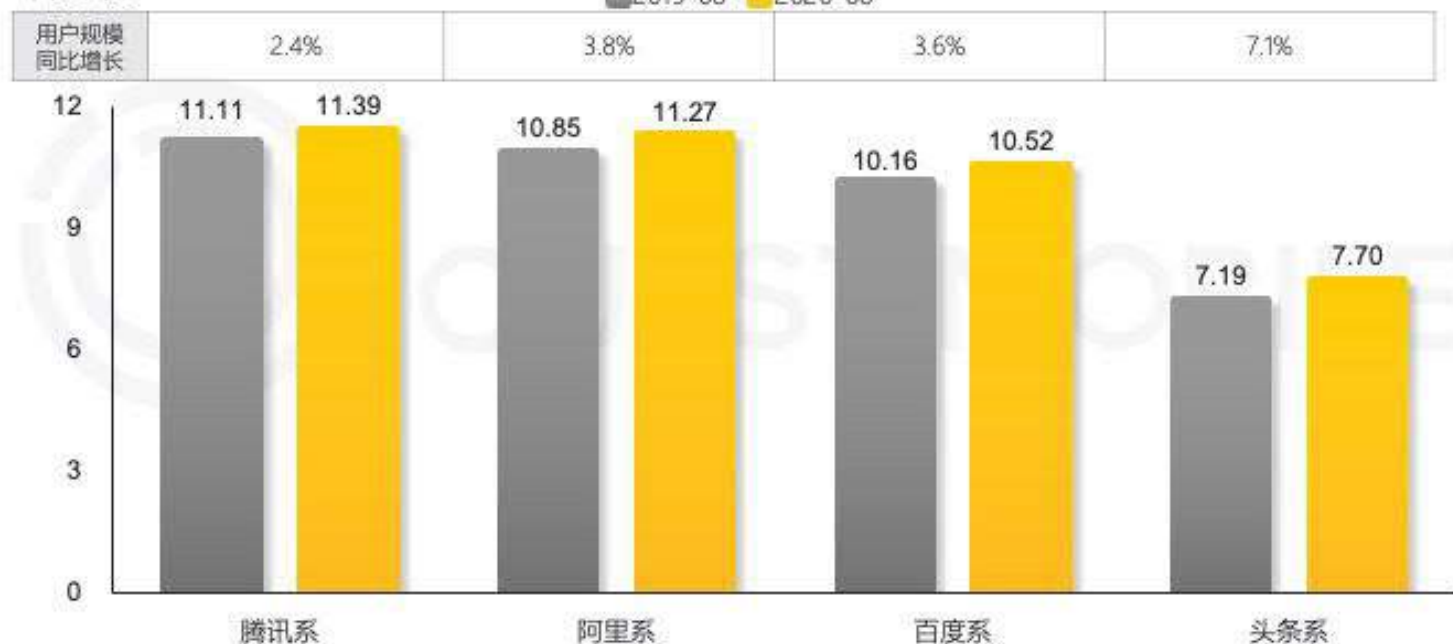


BAT三用户规模均破10亿，头条系同比增长7.1%，流量优势显著，小程序成为巨头们深挖用户价值、赋能生态建设的重要领域

### 移动互联网巨头 月活跃用户规模

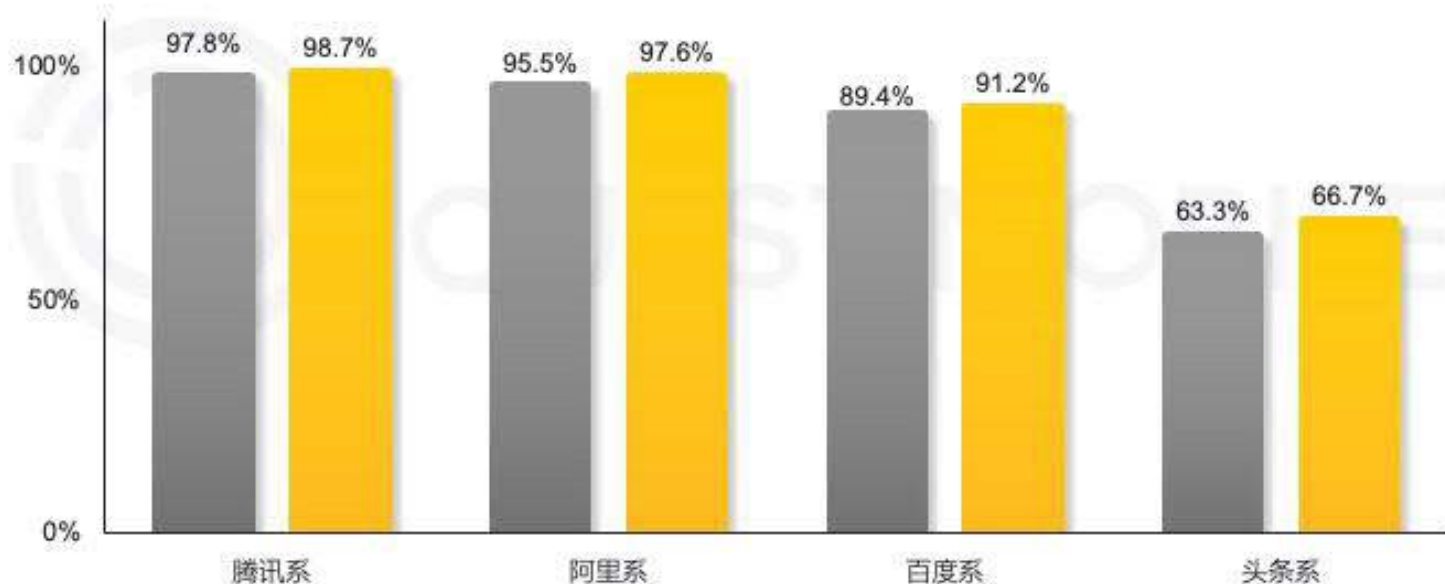
单位：亿

2019-06 2020-06



移动互联网巨头在移动大盘渗透率变化情况

■ 2019-06 ■ 2020-06



注：各派系选取旗下MAU≥1万的APP，渗透率=各派系旗下MAU≥1万的APP合计去重用户规模/移动互联网活跃用户规模

# 平台能力不断升级，迎合行业变化积极推进商业赋能，加速小程序平台的商业化进程



## 平台特色



微信小程序



入口方式多样



社交裂变



类型丰富



支付宝小程序



消费+金融



新零售扩充丰富线下场景



百度智能小程序



搜索+信息流



开源

## 商业赋能升级

- 发布视频号、小程序直播插件
- 优化功能，如调整“订阅消息”功能，新增“收藏”、“添加到我的小程序”等功能
- 企业微信与微信互通升级

- 打通淘宝直播，开放直播能力
- 两次改版支付宝，首页增加展示生活服务应用
- 开放应用中心、升级消费券

- 加大直播电商扶持力度
- 上线“百度服务中心”，聚合了医疗健康、快递服务等生活服务功能
- 推出“品牌新官网”解决方案

生活服务及移动购物成为各平台布局的热点领域；平台特点的差异化在行业分布上得以体现，微信小程序覆盖领域更加丰富，支付宝小程序金融及线下服务场景占比突出，百度智能小程序在移动视频行业优势明显

## 2020年6月 BAT小程序典型应用行业分布

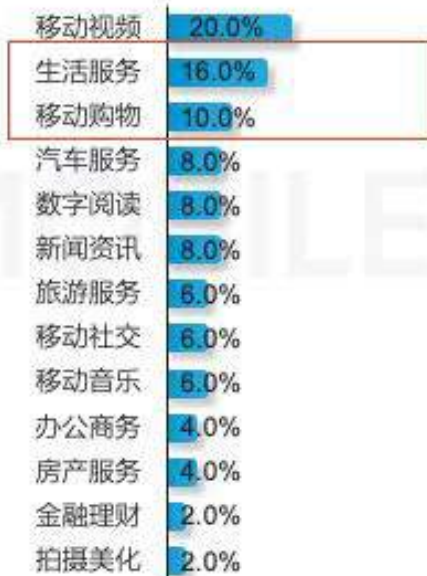
### 微信小程序



### 支付宝小程序



### 百度智能小程序



注：BAT小程序各选取月活跃用户规模TOP50

# 02

---

多领域加速渗透  
微信小程序彰显强劲增长力



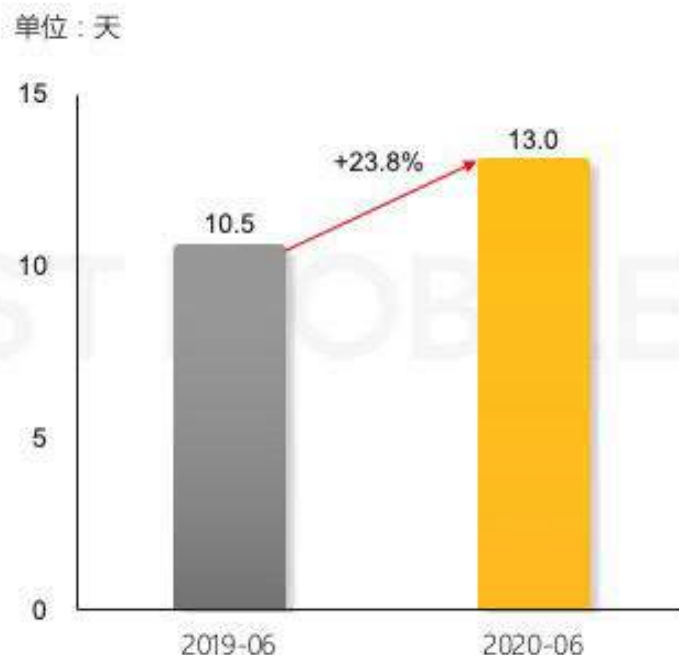
微信小程序流量保持两位数增长，在微信中的活跃渗透率已达86.9%，用户使用习惯加速养成，人均活跃天数同比提升23.8%



微信小程序月活跃用户规模及活跃渗透率



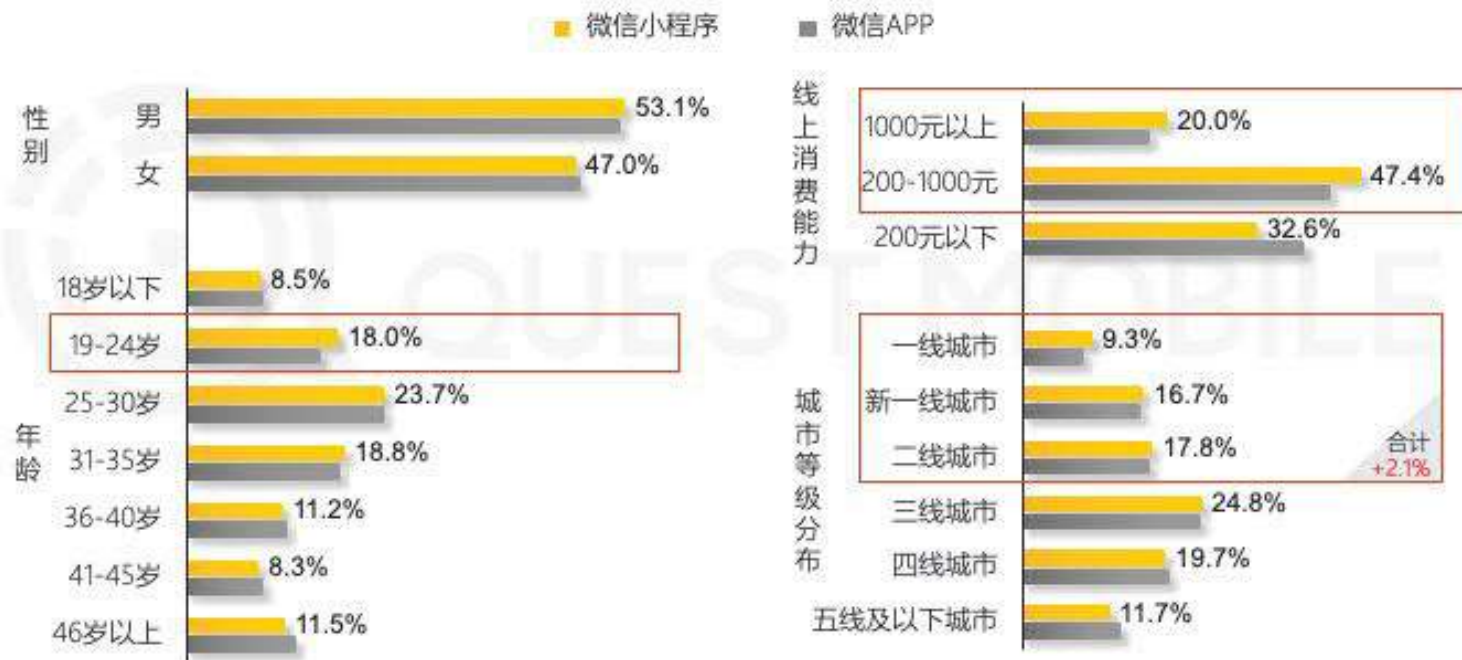
微信小程序月人均活跃天数



注：微信小程序渗透率=微信小程序活跃用户规模/微信活跃用户规模

微信小程序吸引了更多19-24岁的年轻用户，中高线上消费能力突出，二线及以上城市占比略高于微信APP

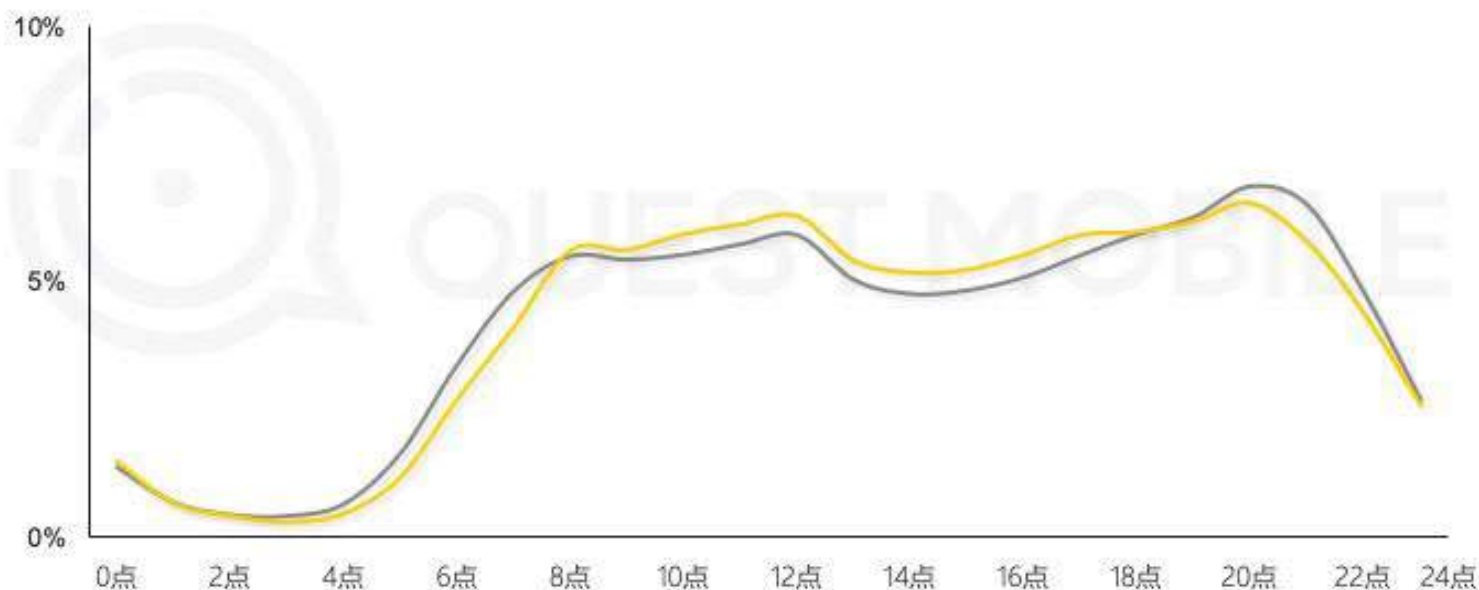
## 2020年6月 微信小程序与微信APP 用户画像分布对比



与去年同期相比，用户在工作时间段使用微信小程序的次数提升明显

微信小程序不同时段用户使用次数活跃时段占比

— 2019-06 — 2020-06

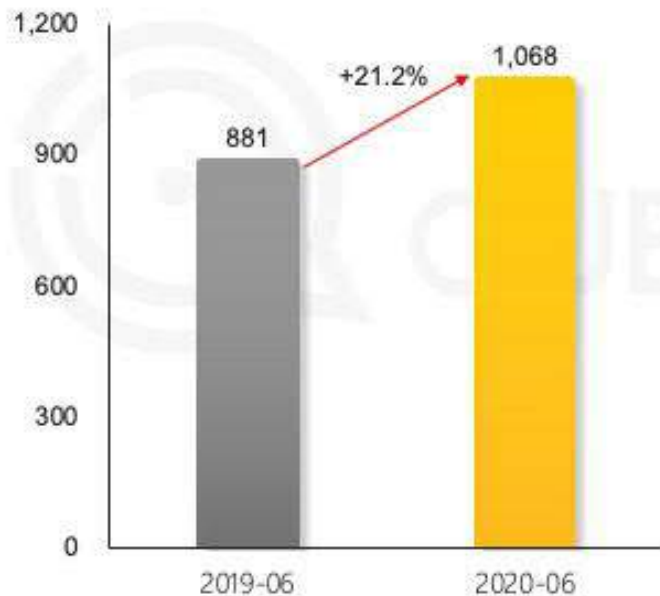


微信小程序数量加速增长，月活跃用户百万规模以上小程序已突破1000个，用户人均使用个数也增加到9.8个



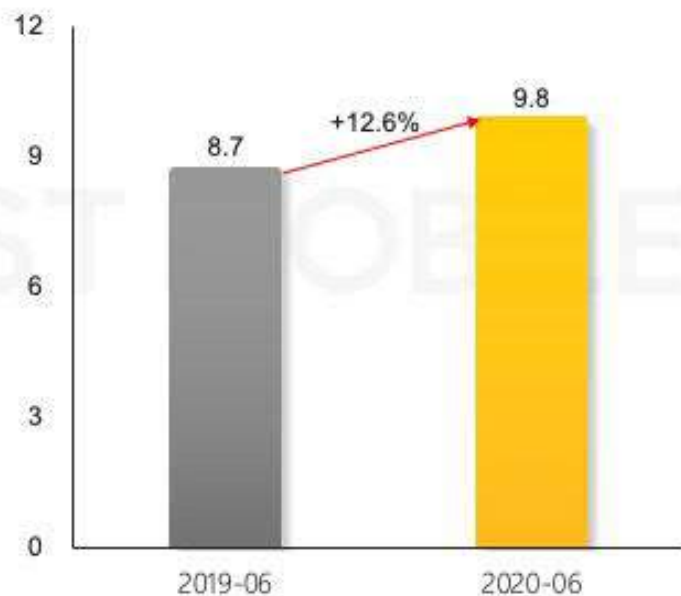
微信小程序数量 (MAU>100万)

单位：个



微信小程序人均使用数量

单位：个

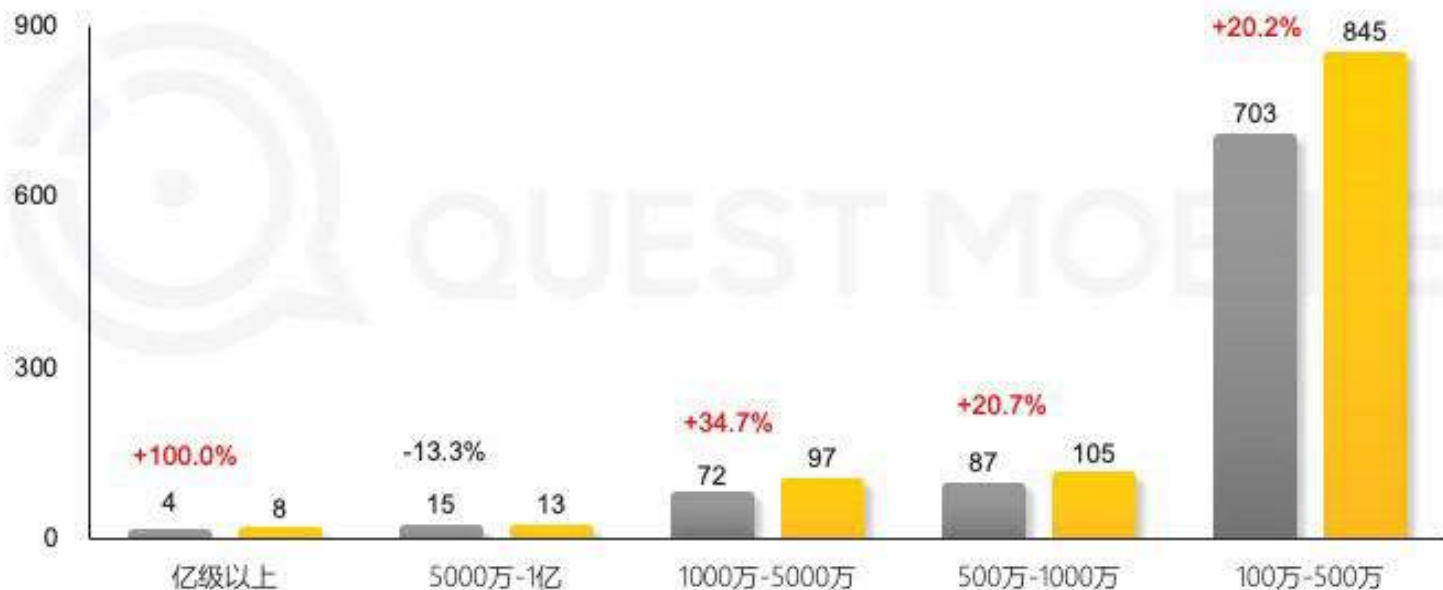


月活跃用户规模百万量级以上小程序更多集中在100万-500万区间；头部聚集趋势显现，亿级以上小程序已增加到8个

微信小程序 月活跃用户规模不同量级小程序 数量分布

单位：个

■ 2019-06 ■ 2020-06



微信小程序的活跃用户主要集中在生活服务及移动购物领域，疫情影响带动下，多行业实现大幅上涨，其中教育学习行业同比增速达102.1%

2020年6月 微信小程序 典型行业 月活跃用户规模 TOP10

单位：亿





疫情成为影响上半年小程序格局的关键因素，各类小程序均展现出强劲的增长爆发力；头部增长量级中腾讯旗下自有小程序居多

2020年6月 微信小程序 月活跃用户规模亿级以上  
同比净增 TOP5

单位：万

2019-06 2020-06

所在行业	移动购物	出行服务	移动视频	生活服务	生活服务
同比净增 (万)	23,692	16,764	16,581	10,721	4,002



2020年6月 微信小程序 月活跃用户规模5000万-1亿级  
同比净增 TOP5

单位：万

2019-06 2020-06

所在行业	医疗服务	生活服务	生活服务	移动视频	办公商务
同比净增 (万)	8,274	7,376	6,073	4,797	4,250



注：月活跃净增用户规模=2020年6月 目标小程序 MAU-2019年6月 MAU

### 2020年6月 微信小程序 月活跃用户规模1000万-5000万级 同比净增 TOP5

单位：万

■ 2019-06 ■ 2020-06

所在行业	生活服务	实用工具	生活服务	出行服务	实用工具
同比净增 (万)	4,505	3,271	2,975	2,875	2,778



注：月活跃净增用户规模=2020年6月 目标小程序 MAU-2019年6月 MAU

### 2020年6月 微信小程序 月活跃用户规模100万-1000万级 同比净增 TOP5

单位：万

■ 2019-06 ■ 2020-06

所在行业	金融理财	手机游戏	手机游戏	手机游戏	移动购物
同比净增 (万)	758	753	685	671	631





新上线月活规模TOP10小程序多为防疫健康码类，疫情发生后，各地政府积极响应，多款防疫健康码类小程序陆续上线，为生产生活提供数字化防疫支撑

## 2020年6月 微信小程序 一年以来新上线 月活跃用户规模 TOP10

单位：万



注：一年以来新上线指2019年6月-2020年6月期间，新上线的微信小程序

# 03

---

防疫、营销、线上化及新流量  
小程序释放“大”能量

疫情加速了社会数字化进程，小程序轻量、便捷等优势特点在社会生活、商业等领域价值凸显



注：以上小程序均为节选

# 3.1

---

微信小程序助力防疫

政务类微信小程序在疫情资讯传递、疫情防控管理等方面发挥重要作用，健康码的快速上线成为疫情期间企业复工复产、社区防疫管理的重要支撑

### 政务类微信小程序 月活跃用户规模TOP5

单位：万

国务院客户端 山东电子健康通行证 国家政务服务平台 粤省事 通信行程卡



国务院客户端微信小程序及时上线防疫行程卡、疫情风险查询及核酸检测等相关服务，用户使用次数上升明显

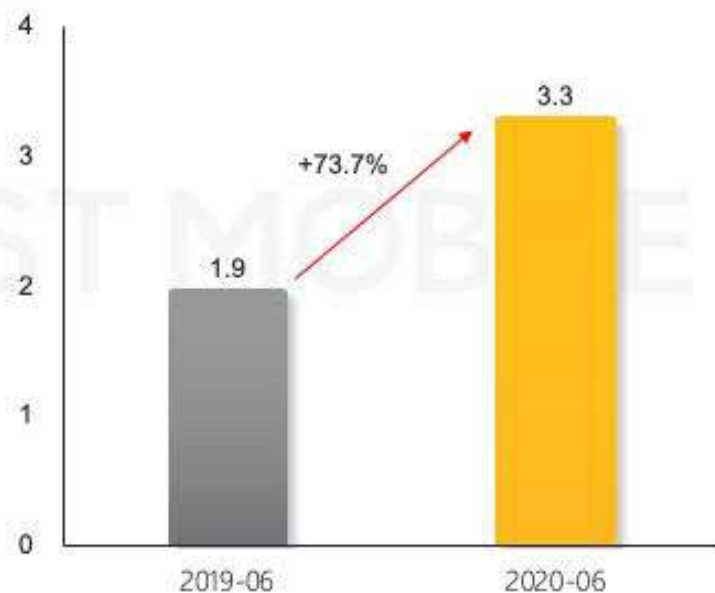


国务院客户端微信小程序服务内容展示



国务院客户端微信小程序人均使用次数对比

单位：次



# **3.2**

---

微信小程序助力品牌营销数字化升级

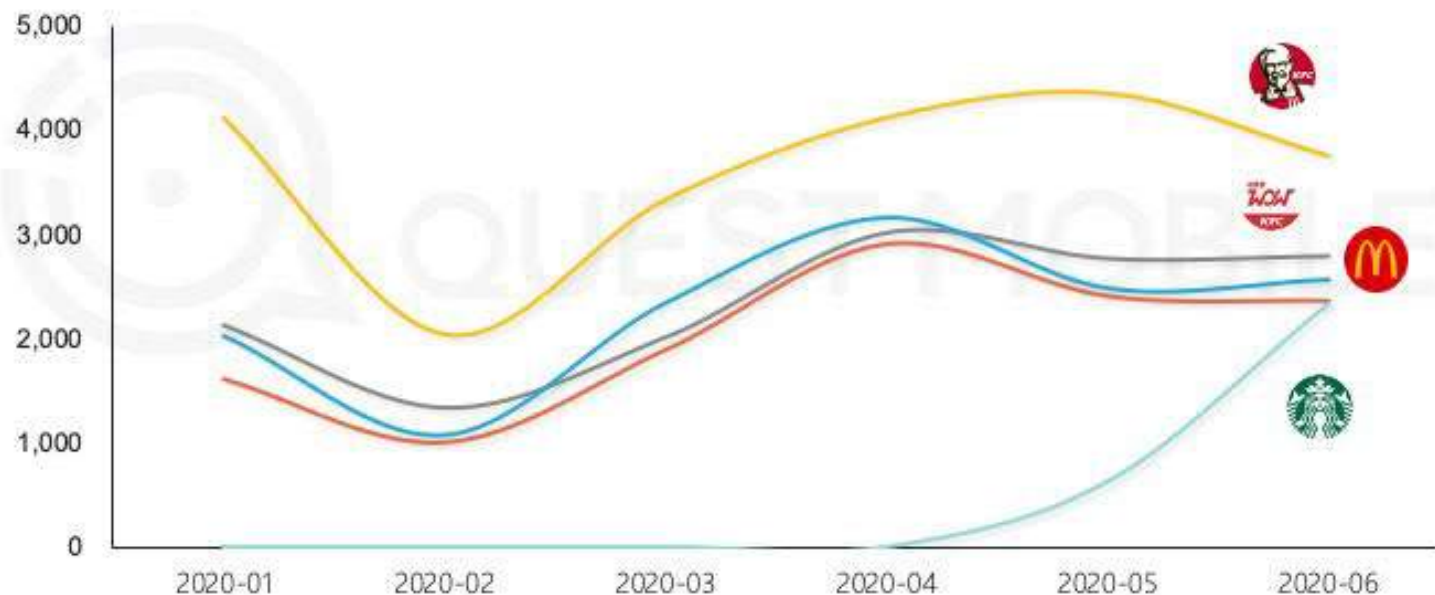


品牌商微信小程序多功能布局，点餐与会员活动小程序联动，实现同步增长趋势；通过小程序助力会员积分兑换、优惠券发放等营销活动数字化升级

品牌类微信小程序 月活跃用户规模TOP5

单位：万

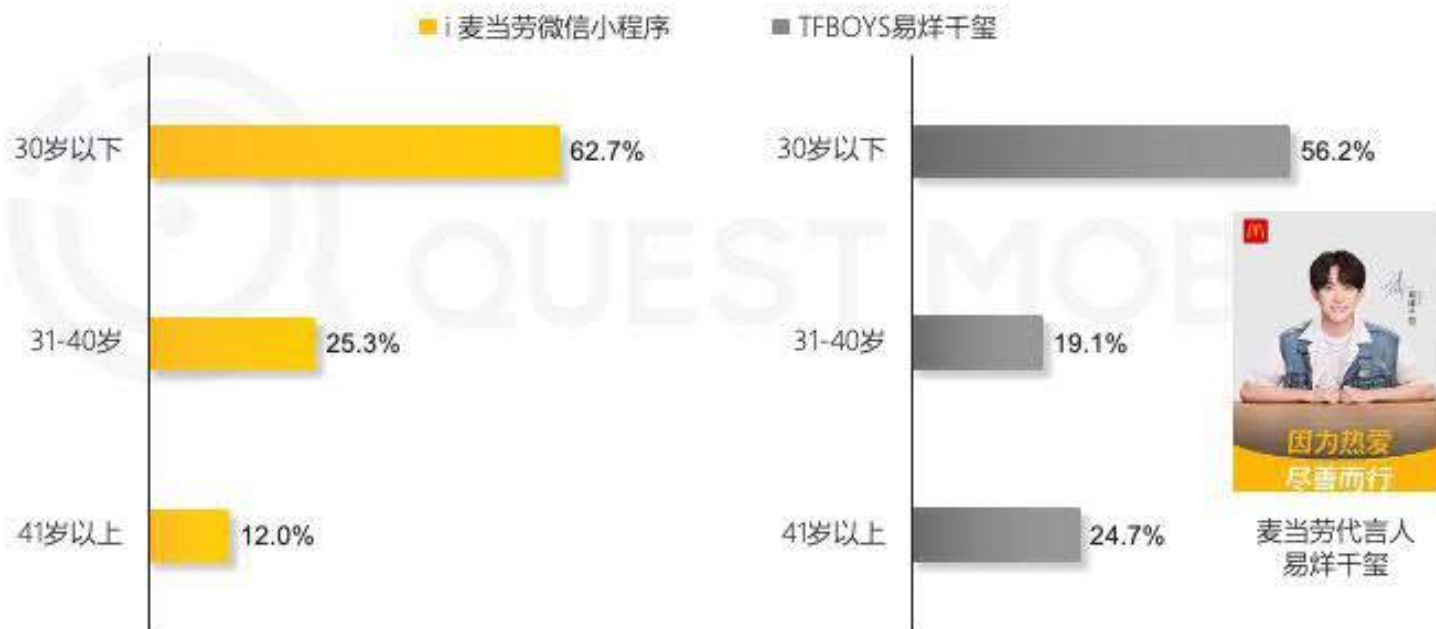
— 肯德基+ — 肯德基会员活动 — i麦当劳点餐 — i麦当劳 — 星巴克





麦当劳品牌微信小程序用户年龄主要集中在30岁以下年轻群体，通过选取青春活力的偶像明星作为代言人，提升在年轻用户中的转化率

i 麦当劳微信小程序 与 TFBOYS易烊千玺 受众年龄分布对比



小程序+外卖提升用户到店和到家的服务闭环，凭借微信的强大社交属性，好友拼单等个性化定制服务应声上线，增添小程序新玩法

典型餐饮品牌小程序功能



典型餐饮品牌商微信小程序



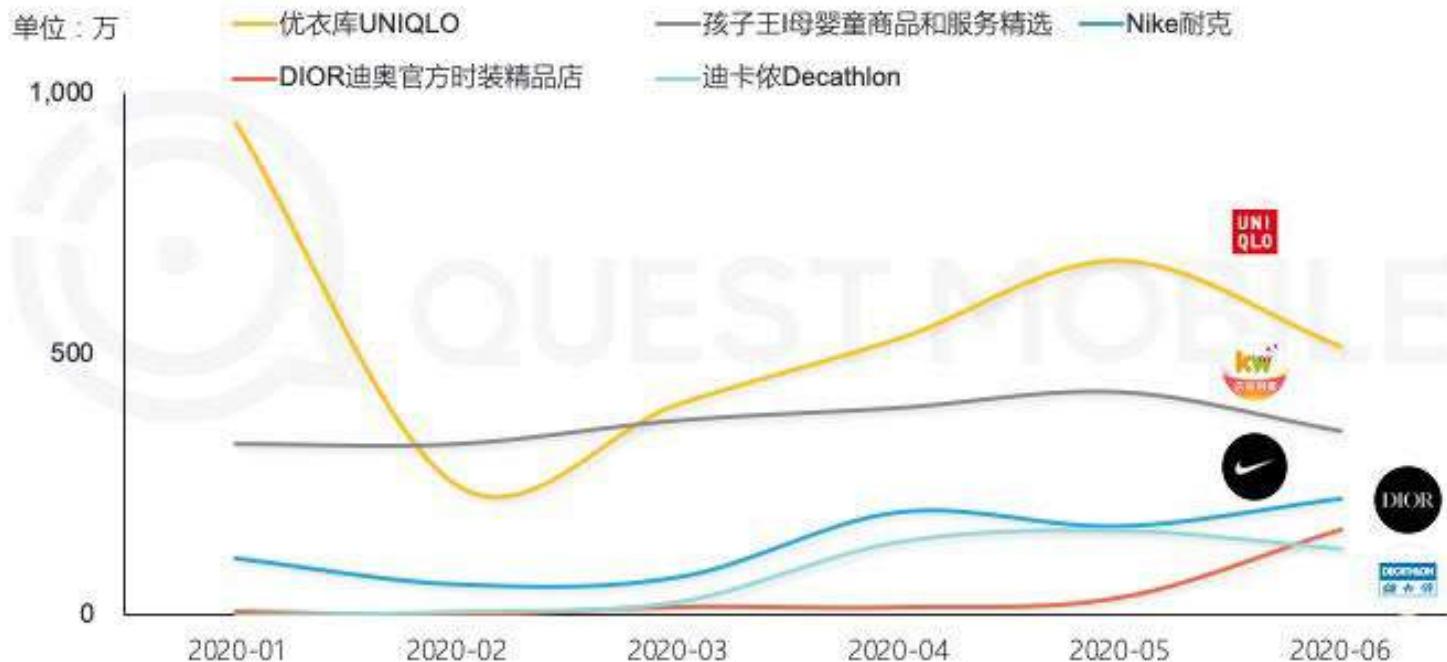
# 3.3

---

微信小程序助力线下门店拓展线上  
新渠道

疫情期间，线下服务场景影响较大，微信小程序助力线下场景转移线上化，服饰线下门店收获线上流量效果明显

微信小程序 典型线下服饰类小程序月活跃用户规模



小程序直播具备公域流量转化形成私域商业闭环的优势，成为线下品牌店开拓线上业务的新渠道；耐克通过小程序直播进行新品发布及售卖，视频、音乐等多渠道引流契合用户兴趣属性偏好

## 小程序直播流量逻辑图



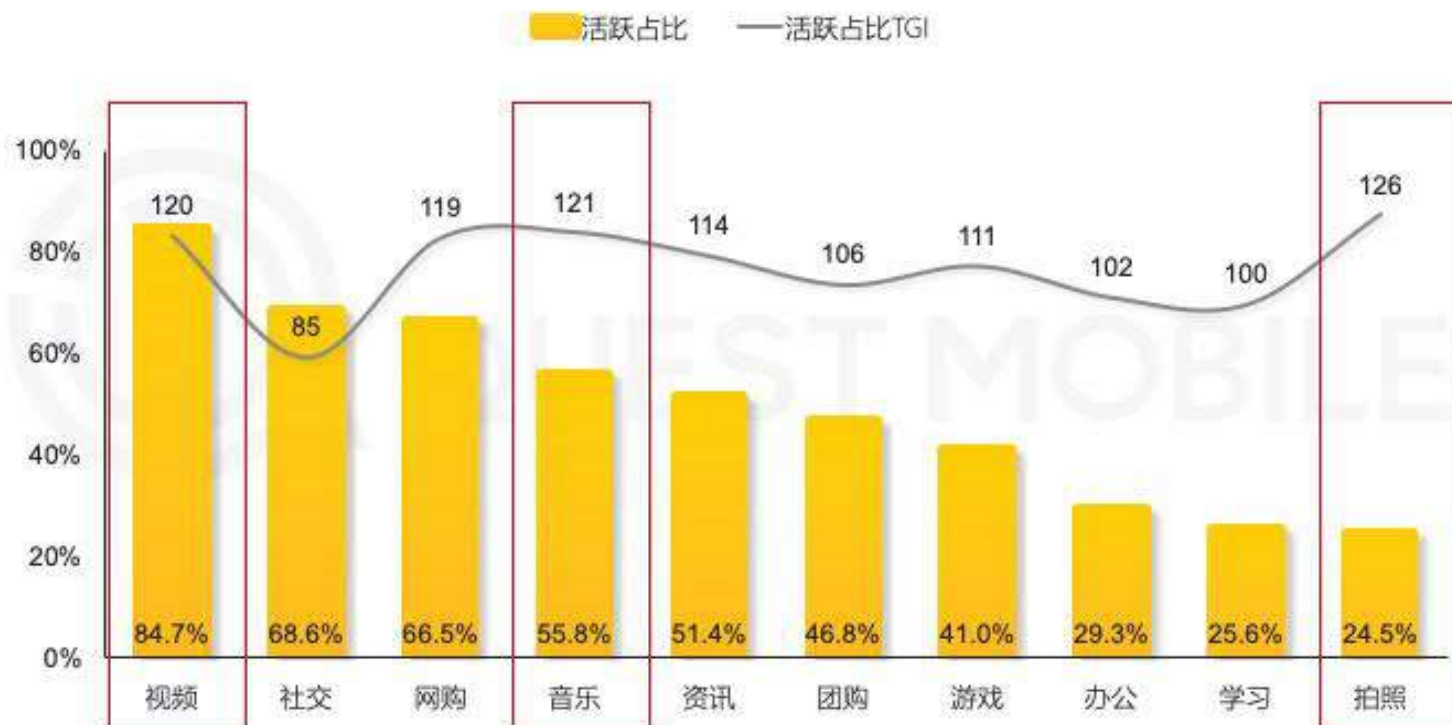
## Nike耐克微信小程序直播营销模式



耐克NEXT%解锁之夜直播活动，通过公众号、腾讯视频及QQ音乐等多渠道推广，引发小程序直播超100万人次观看（含回放）

注：观看数据来源于Nike耐克微信直播小程序

2020年6月 Nike耐克微信小程序用户 兴趣分布TOP10



注：活跃占比TGI=目标小程序A中某个属性的用户活跃占比除以微信小程序整体具有相同属性的用户活跃占比\*100



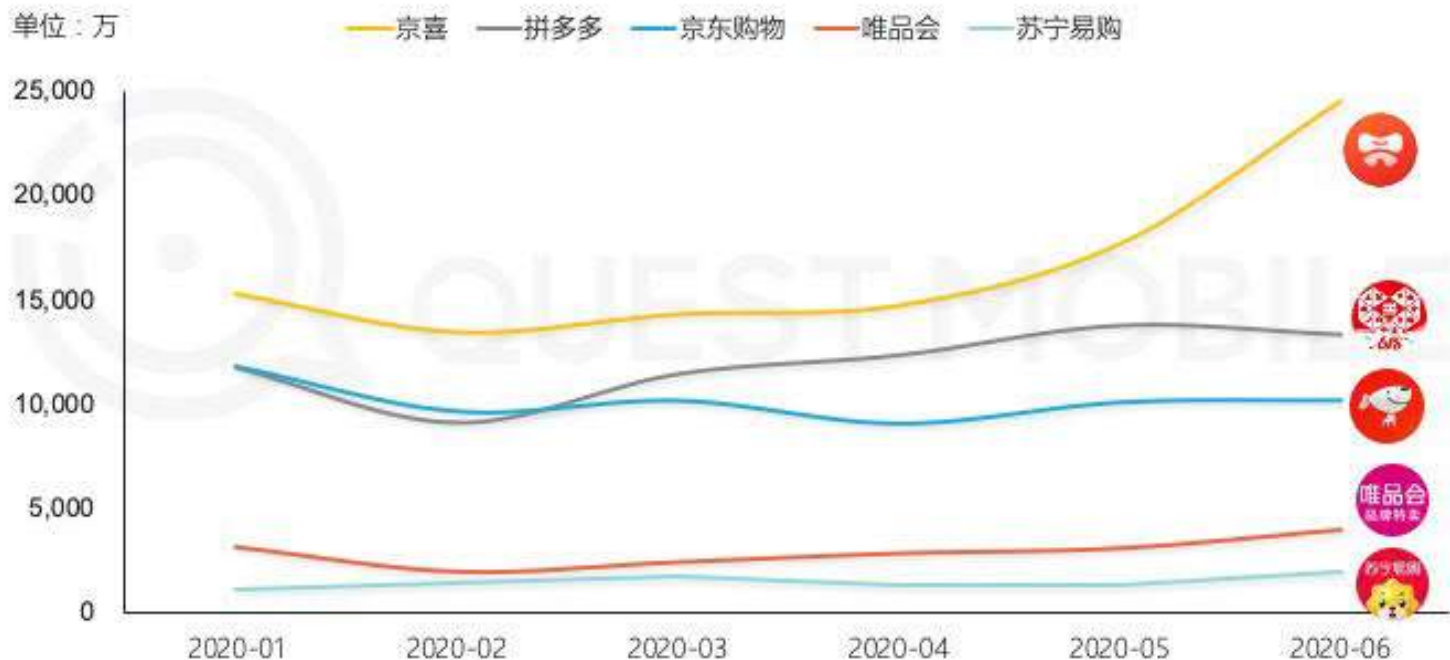
# 3.4

---

微信小程序助力巨头获取新流量

电商竞争在微信小程序领域开辟新战场，拼购模式在微信社交流量土壤下得以充分发挥；618电商购物节带动下，京喜覆盖用户规模提升显著

移动购物微信小程序 月活跃用户规模TOP5

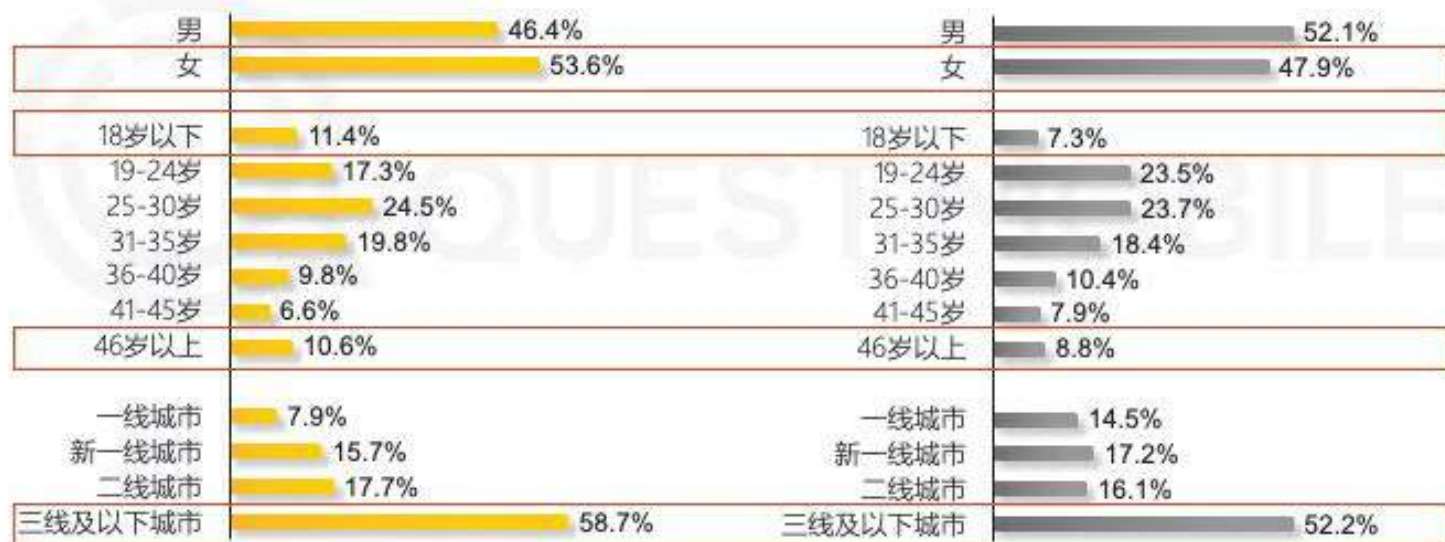




与京东APP相比，京喜微信小程序吸引了更多女性用户，低价拼团等玩法收获大量下沉市场用户

## 京喜微信小程序与京东APP用户画像分布对比

■ 京喜微信小程序 ■ 京东APP



拼多多APP用户主要为31-40岁中年人群，小程序更多开拓了30岁以下及41岁以上人群，实现对不同年龄阶段用户的覆盖



### 拼多多微信小程序与APP用户画像分布对比

■ 拼多多微信小程序 ■ 拼多多APP



# 04

---

2020年上半年微信小程序榜单

1. 本研究报告（以下简称“本报告”）由QuestMobile（以下简称“本公司”）制作及发布。
2. 本报告所涉及的数据来源于QuestMobile自有数据库、行业公开、市场公开、公司授权，以及QuestMobile Echo快调研平台等，均采用合法的技术手段、深度访问、抽样调查等方式获取；本公司力求但不保证该信息的完全准确性和完整性，客户也不应该认为该信息是完全准确和完整的。同时，本公司不保证文中观点或陈述不会发生任何变更，在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的研究报告。本公司会适时更新我们的研究，但可能会因某些规定而无法做到。除了一些定期出版的研究报告之外，绝大多数研究报告是在本公司认为适当的时候不定期地发布。
3. 本报告所涉及的独立研究数据、研究方法、研究模型、研究结论及衍生服务产品拥有全部知识产权，任何人不得侵害和擅自使用，违者必究。
4. 本报告主要以微信公众号形式分发或电子版形式交付，间或也会辅以印刷品形式交付或分发，所有报告版权均归本公司所有。未经本公司事先书面协议授权，任何机构或个人不得以任何形式复制、转发或公开传播本报告的全部或部分内容。不得将报告内容作为诉讼、仲裁、传媒所引用之证明或依据，不得用于营利或用于未经允许的其它用途。
5. 经本公司事先书面协议授权刊载或转发的，被授权机构承担相关刊载或者转发责任。不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。
6. 本报告的分享或发布现场，未经本公司事先书面协议授权，参会人员不得以任何形式进行录音、录像或拍照，更不允许参会人员以任何形式在其他场合或社交媒体（包括客户内部以及外部）进行转发、交流或评论本次分享内容。
7. 如因以上行为（不限于3、4、5、6）产生的误解、责任或诉讼由传播人和所在企业自行承担，本公司不承担任何责任。
8. 本次分享内容最终解释权归本公司所有。

# QUESTMOBILE

第一时间观察行业趋势报告

▶▶ 扫码关注 每周更新

